50 formas de enamorar a un cliente

Ideas simples para hacer la diferencia y ganarse el corazón de los clientes

50 FORMAS DE ENAMORAR A UN CLIENTE

Deleitar a sus clientes puede convertirse en su ventaja competitiva. La competencia puede copiar sus productos, bajar el precio u ofrecer beneficios similares; pero algo que no pueden copiar, es la experiencia que viven sus clientes cuando trabajan o le compran a usted.

Cada interacción que un cliente, actual o potencial, tiene con su marca, usted, sus colegas y hasta su sitio web, construye el posicionamiento. Proveer una experiencia sorprendente de manera consistente, requiere planeación y procesos. Desde las notas escritas a mano hasta los beneficios por fidelización, un simple detalle puede hacer toda la diferencia en su competido y agresivo mercado.

Estas 50 ideas le ayudarán a diferenciarse de la competencia y ser relevante para sus clientes.

¡Que las disfrute!

David Gómez

1. Sonría

Así de simple, así de poderoso. Una sonrisa expresa afecto, positivismo, alegría y empatía. Una sonrisa aflora otra sonrisa. Una sonrisa construye puentes, como dice un antiguo proverbio chino, "Aquel que no sonríe, no debe abrir un negocio". Con el ajetreo cotidiano, las sonrisas son algo bastante escaso, por eso sonría mientras dice algunas palabras positivas y mejórele el día a un cliente.

2. Conozca las preferencias personales de cada cliente

Qué hobbies tiene, cuál es su equipo de fútbol favorito, qué deporte practica, qué tipo de libros lee, a dónde le gusta irse de vacaciones y hasta qué causas apoya. Entre más información tenga del cliente, más oportunidades de sorprenderlo con un pequeño detalle afín a sus gustos.

3. Envíele un video de cumpleaños

Grábese con el celular utilizando una aplicación de video, Quik es una muy buena con la que puede agregar efectos y música, y luego

enviársela al cliente por WhatsApp. Dígale unas breves palabras de felicitación. Si se le dificulta el video, tómese una foto sosteniendo una hoja de papel en la que ha escrito "Feliz cumpleaños Fulano", con el nombre del cliente... y para la foto, por favor sonría! Para mayor información remítase al punto 1.

4. Entregue un Kit de Bienvenida

Especialmente para empresas de servicios, entregue a cada nuevo cliente una carpeta con información relevante de bienvenida. Sorprenda entregando un documento impreso o digital donde agradece al cliente por haber seleccionado la empresa. Incluya la información de contacto de las personas claves y las instrucciones de lo que debe hacer a continuación.

5. CD infantil personalizado

Si el cliente acaba de ser papá o abuelo/a, regálele un CD personalizado con canciones infantiles que incluyen en su letra el nombre del bebé recién nacido. ¡Cualquier detalle para los hijos o los nietos se valora el triple!

6. Envíe una nota escrita a mano

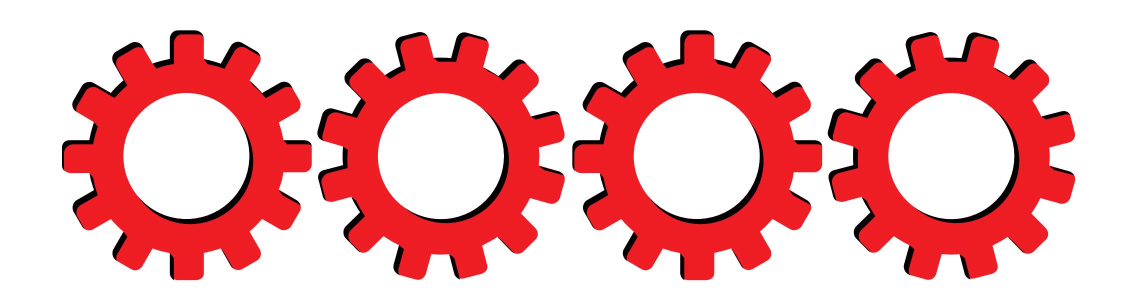
Como en los viejos tiempos, envíe una nota escrita a mano a un cliente en señal de agradecimiento. Es sorprendente lo que poco que se usa hoy en día como forma de mostrar aprecio. En un mundo donde lo usual es el email, recibir una nota escrita a mano agradeciendo una reunión, invitando a un evento o simplemente como muestra de reconocimiento, es algo que sobresale. Seleccione los clientes más especiales, por ejemplo aquellos que cumplen un año de trabajar con usted, y envíeles una nota dándoles las gracias por el trabajo juntos.

7. Entrene en respuestas poco comunes

Entrene a su equipo para que pueda dar respuesta a preguntas poco habituales o que o tienen relación directa con su negocio. Por ejemplo, si tiene un negocio en un centro comercial, instruya a sus empleados para indicar dónde quedan los baños más cercanos o un determinado local. Incluso para responder preguntas relacionadas con su negocio, como el teléfono de otra sucursal, la fecha estimada de la nueva colección, cuánto se demora una reparación o si un repuesto aplica para más de una referencia.

8. Extienda beneficios de sus aliados estratégicos

Si cuenta con otras empresas aliadas, ofrézcale beneficios adicionales como servicios de cortesía o información interesante sólo por ser su cliente. Pueden ser cosas complementarias que además sirven para dar visibilidad a otros negocios que le pueden servir a sus clientes.



9. Envíeles una muestra de un nuevo producto o servicio

si está lanzando un nuevo producto, puede ser buena idea que sus mejores clientes lo puedan ensayar antes que el resto. No sólo demuestra que los aprecia, sino que le sirve para obtener su opinión. Permítales probar su nuevo menú, clase de pilates o asesoría tributaria, a modo de cortesía.

10. Invítelos a un café de cumpleaños

Tome atenta nota de los cumpleaños de sus clientes y sorpréndalos con una invitación a tomar café; o en caso de no ser posible, envíeles una tarjeta de regalo para que lo puedan disfrutar en su nombre.

11. Destaque clientes

Mencione clientes públicamente y hágales saber cuánto los aprecia y lo importantes que son para usted. Haga alusión a aspectos positivos, teniendo cuidado de no excederse en elogios que puedan llegar a lucir poco genuinos. Por ejemplo, puede incluir una sección en su boletín electrónico donde destaca "el cliente del mes", o si vende por ejemplo a profesionales de la salud, puede realizar y publicar periódicamente una entrevista con diferentes profesionales.



12. Incluya un obsequio con cada orden

Agregue un pequeño obsequio a cada orden que haga un cliente. Puede ser una muestra de producto o un simbólico detalle como un pequeño muñeco de peluche que represente su negocio, una hoja para hacer origami o una galleta de la fortuna.

13. Ayude a los clientes a aprender algo nuevo

Si tiene una boutique, puede hacer eventos periódicos sobre tendencias, formas de usar accesorios o ideas de atuendos para ocasiones especiales. Entre más inspiración ofrezca a sus clientes, más alternativas para mantenerse fieles. Para empresas de servicios B2B, ofrecer capacitaciones Online para que los clientes le saquen mayor provecho a sus servicios es una buena forma de fortalecer relaciones.

14. Responda rápidamente

No demore las respuestas, incluso si aún no las tiene. Contacte al cliente y dígale que aún no tiene respuesta, pero que está trabajando en ello. Especialmente si es sobre algún reclamo o inquietud, entre más rápido responda, mejor.

15. Ofrezca envíos sin costo

Aunque en algunos países es una práctica popularizada, es aún una gran oportunidad de sorprender a un cliente con pequeños detalles.



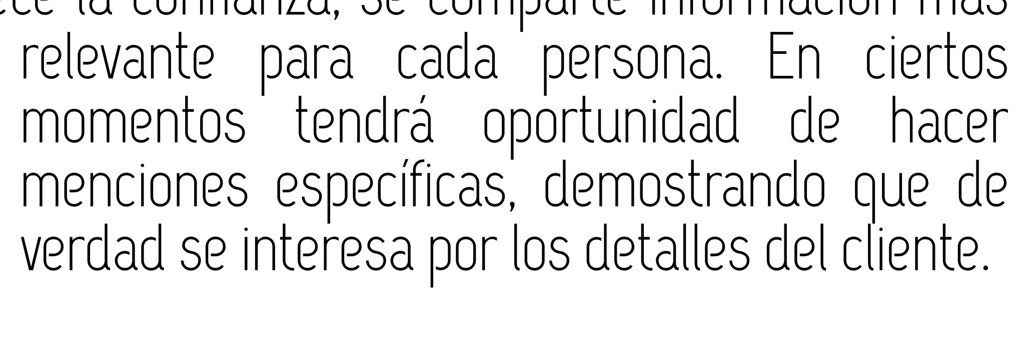
16. Cree un boletín electrónico exclusivo para clientes VIP

Identifique fuentes de información que le den ideas sobre temas que afectan el negocio de sus clientes y recopílelas para enviarlas

periódicamente. Los boletines electrónicos son comunes para compartir con la amplia base de suscriptores, pero rara vez se diseñan con contenido exclusivo para clientes. Sorprenda compartiendo información privilegiada.

17. Apréndase los nombres de sus hijos

Eventualmente durante una conversación informal con un cliente y a medida que crece la confianza, se comparte información más relevante para cada persona. En ciertos momentos tendrá oportunidad de hacer menciones específicas, demostrando que de verdad se interesa por los detalles del cliente.



18. Envíeles un detalle

Tome alguna fecha especial y envíe un pequeño pero simbólico detalle a su cliente. Puede ser algo tan sencillo como unas galletas en un empaque especial, acompañado de una nota de felicitación.

19. Facilite las devoluciones

Hágales la vida sencilla. Cuando surge un inconveniente y el cliente debe hacer una devolución o un reclamo, haga el proceso increíblemente sencillo. Evíteles dolores de cabeza y gratamente seguirán trabajando con usted. Sorprenda al cliente pagando los costos de transporte de la devolución, al estilo Zappos.

20. Celebre el aniversario de su empresa

Toda empresa tiene un año de fundación. Sorprenda a su cliente felicitándolo en el mes respectivo por su quinto aniversario, envíeles una placa conmemorativa o una tarjeta de felicitación firmada por los empleados que interactúan con el cliente.

21. Lavado de cortesía

Si sus clientes lo visitan en su oficina, aproveche para lavarle el auto de sorpresa mientras está en reunión con usted. Después de la primera vez, el cliente gustoso lo volverá a visitar sabiendo de su atención especial.

22. Invítelos a un tour por su empresa

Si aplica, invítelos a un paseo por la planta de producción, para que conozcan el "detrás de cámaras" de cómo se hacen las cosas o los procesos donde nace la magia de los productos o servicios que reciben. Si lo hace en fin de semana, invite también a sus familias para que la experiencia sea aún más memorable.

23. Propicie un evento de networking

Estimule grupos de trabajo y el compartir mejores prácticas entre sus clientes. Los mayores aprendizajes surgen de compartir ideas y experiencias de su propia comunidad. Patrocine una o dos reuniones al año.

24. Deles prioridad

En caso de ser necesario, establezca prioridades con los clientes más importantes, en términos de tiempos de respuesta, orden de atención y celeridad en los despachos, entre otras cosas. Esto parte del principio de que no todos los clientes requieren lo mismo.

25. Organice una fiesta

Aunque puede ser literalmente una fiesta, piense en otras alternativas de celebración para los clientes como una cata de vinos, un picnic, una parrillada o un mini parque de diversiones, con campeonato de tiro al blanco o cosas por el estilo.



26. Esté atento a menciones del cliente en medios

Programe el nombre de la empresa del cliente en las Alertas de Google y sea el primero en felicitarlo por su mención en los medios. Incluya en las alertas las marcas de su compañía. Sirve también para saber cuándo han lanzado una nueva campaña publicitaria que tenga cobertura en medios Online.

27. Deles un beneficio extra

Envíeles una nota ofreciéndoles un beneficio adicional, simplemente como agradecimiento por su fidelidad y por continuar con su servicio.

Si tiene un punto de venta, entregue un pequeño obsequio inesperado al momento de pagar.

28. Deje a un cliente boquiabierto

Seleccione un cliente, haga algo fuera de lo normal y totalmente inesperado. No subestime el poder de crear experiencias increíbles para unos pocos clientes. Pronto lo sucedido lo sabrán otros clientes y se creará un efecto viral. La aerolínea WestJet que cumplió los sueños de sus viajeros en navidad: antes de partir les preguntaron qué querían de regalo, y cuál no sería la sorpresa al recibir los obsequios en su lugar de destino.

29. Envíe postales

Al estilo de las notas escritas a mano, el valor de una postal está en su personalización y en ser una sencilla pero especial forma de sorprender. Diseñe sus propias postales e incluya una frase con algo de humor que haga sonreír al cliente.

30. Celebre sus logros

Haga sentir a su cliente como parte de la familia. Celebre los eventos especiales en sus vidas, enviando un pequeño obsequio. Un evento puede ser un cumpleaños especial (30, 40, 50 o 60 años), un ascenso, el grado profesional de su hijo o la culminación de un extenso programa de capacitación.

31. Asígnele un número telefónico único

Si bien esto no es para todos los clientes, piense en asignar un número directo y único para sus dos o tres clientes más importantes. No sólo los hará sentir importantes sino que mejorará la comunicación. Imagínese que en lugar de contestarle "Banco del Oeste buenas tardes ¿en qué le puedo ayudar?", le contesten, "Señor González buenas tardes, ¿en qué le puedo ayudar?".





32. Premie la lealtad

Los clientes aprecian el tratamiento de alfombra roja. Premie la fidelidad de sus clientes antes que sea demasiado tarde. No espere a que se entere por otros medios que le dio mejores condiciones a otra empresa o que no fue incluido en los beneficios "sólo para clientes nuevos".

33. Brinde horarios adicionales para clientes especiales

Ofrezca tratamiento VIP a sus clientes. Invítelos a disfrutar de su tienda en horarios adicionales. Agregue cosas como café, galletas o té, para hacer la experiencia más agradable.





34. Felicite en fechas poco convencionales

Es común que las compañías envíen a sus clientes tarjetas de navidad o de cumpleaños. Sin embargo, enviar una tarjeta o postal conmemorativa por el día de la independencia, día del idioma, día de la mujer o día de la profesión (día del abogado, día del contador, día del médico, etc.), Se sale de la rutina y genera mayor recordación. Un detalle especial y memorable.

35. Provea regalos educacionales

Cosas como seminarios, eventos en vivo, entrenamientos y similares, son una forma no sólo de mantenerse presente, sino de demostrar su interés porque conozca nuevas opciones.

36. Envíe tarjetas de regalo

Cada vez son más populares las tarjetas de regalo para diferentes negocios. Aproveche oportunidades especiales para agradecer a los clientes, incluyendo alguna que represente su propia filosofía. Por ejemplo pases para un parque de diversiones con sus hijos, para que sigamos "Compartiendo alegría".

37. Ofrezca upgrades sorpresa

El elemento sorpresa es algo muy poderoso. Agradezca a un cliente con una mejora inesperada y espontánea del servicio que tiene contratado con su compañía. Piense en los ascensos a clase ejecutiva que hacen las aerolíneas a sus viajeros frecuentes.

38. Hágalos sonreír

Si cuenta en su equipo con alguna persona creativa, pídale que le ayude con un regalo personalizado (o contrate un freelance en Workana o Fiverr). Puede ser la imagen de su cliente sobrepuesta en la carátula de una reconocida publicación, afiche de película o incluso una ilustración.

39. Deles una buena lectura

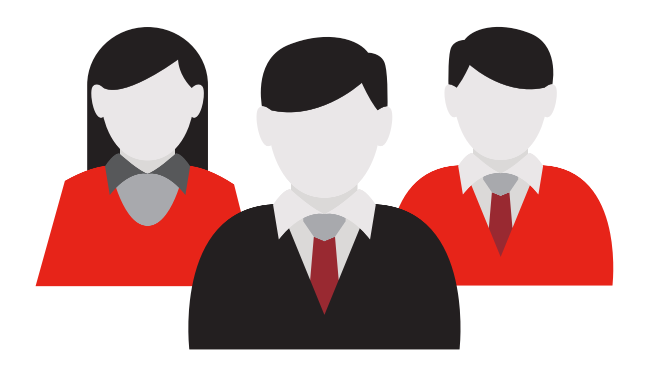
Si trabaja en el segmento B2B, piense en un libro de negocios que haya tenido un importante impacto en su empresa y obséquieselo a sus clientes. Si vende a consumidor final, piense en libros o cartillas alrededor de lo que vende. Si tiene un centro de acondicionamiento físico, puede obsequiar un libro de alimentación sana; o si comercializa productos para niños, puede obsequiar cuentos infantiles. Asegúrese de escribir una nota personalizada donde explica el significado del libro.

40. Mantenga contacto periódico

Incluso si su producto o servicio no es de venta frecuente, es útil aparecer periódicamente y mantenerse en el radar de los clientes. No sólo por razones comerciales (el cliente puede necesitar una compra extra), sino para generar confianza y demostrar su interés. Por ejemplo un email que diga: "Hoy hace un año adquirió uno de nuestros vehículos, sólo queríamos saludarlo y decirle que aquí estamos ".

41. Refiérales otros clientes

Una buena demostración de que sus clientes son realmente aliados y de que se preocupa por su negocio, es enviarles clientes referidos. Cada vez que tenga la oportunidad, recomiende el negocio de su cliente a otras personas.



42. Celebre acontecimientos especiales

De acuerdo a su negocio, pueden haber diferentes cosas para celebrarle a los clientes. Honda ofreció un desfile sorpresa a uno de sus clientes cuando arribó a una población, después de haber cumplido un millón de millas viajando en su Honda Accord modelo 90, a quien adicionalmente le obsequiaron un nuevo auto. Esto no sólo apareció en los medios y se popularizó, sino que envió un mensaje de calidad al resto del mercado.

43. Deles la bienvenida telefónicamente

Llame personalmente cada nuevo cliente y dele una cálida bienvenida. Aproveche la oportunidad para contestar cualquier inquietud que pueda tener sobre su compañía, el producto o el servicio que ofrece. Esto puede ser un complemento del Kit de Bienvenida que hablamos en el punto 4.

44. Comparta su contenido

Agregue el blog de su cliente a sus suscripciones, sígalos en sus redes sociales y monitoree sus menciones Online. De vez en cuando comparta su contenido en sus propios canales sociales, que pueden ser redes, blog o boletín electrónico.

45. Cree un grupo privado en Facebook



Utilice la plataforma de grupos privados de Facebook para desarrollar una comunidad de clientes que puedan retroalimentarse entre sí. En ciertas industrias donde los clientes no son competencia entre sí, conocer la experiencia de otros con los mismos desafíos es de mucha utilidad.

46. Consienta con detalles

Si tiene punto de venta u oficina con atención al público, ofrezca café, té, agua o algún pequeño obsequio. Es una buena señal y un acto de amabilidad con quienes visitan su empresa. Hace sentir a los clientes bienvenidos y apreciados.

47. Sumérjase en su cultura

Aprenda todo lo que pueda de sus clientes, de su cultura empresarial, de la filosofía que guía su negocio, de sus valores y principios. Aprenda de la ciudad donde están ubicados, sus costumbres, su culinaria, su historia, su música y su gente. Entre menos comercial haga la relación, más se conectarán las personas y permanecerán como clientes.

48. Demuestre que valora la retroalimentación

Comuníquese con sus clientes y cuénteles lo que ha implementado, cambiado o ajustado, como fruto de sus recomendaciones. No hay mejor forma de conectarse con un cliente que demostrarle que escucha y que se preocupa por su bienestar.

49. Manténgalos informados

A nadie le gusta no saber qué pasa. No espere que el cliente lo contacte para saber qué pasa. Adelántese y manténgalo al tanto de todo lo que sucede con su orden y con cada parte del proceso. En cuanto sepa que un despacho está retrasado, llámelo para informarle y dele la fecha estimada de llegada.

50. Haga llamadas de seguimiento

Aunque debería ser habitual, pocas empresas se toman el trabajo de constatar que todo haya salido bien después de un servicio, de la compra de un producto o del tratamiento de un reclamo.

Bonus: Conozca a todo el equipo

Si es posible, programe un almuerzo en la oficina de su cliente (pagado por usted), e invite a todos los miembros de su equipo de trabajo a compartir un rato agradable. Esto le permitirá conocer a su cliente desde otra perspectiva, al tiempo que le servirá de aprendizaje para mejorar el desempeño de los proyectos conjuntos.

Sorprender a los clientes no es un tema necesariamente de dinero, sino de creatividad. Aproveche cualquier oportunidad para crear una experiencia memorable.



bienpensado®

www.bienpensado.com